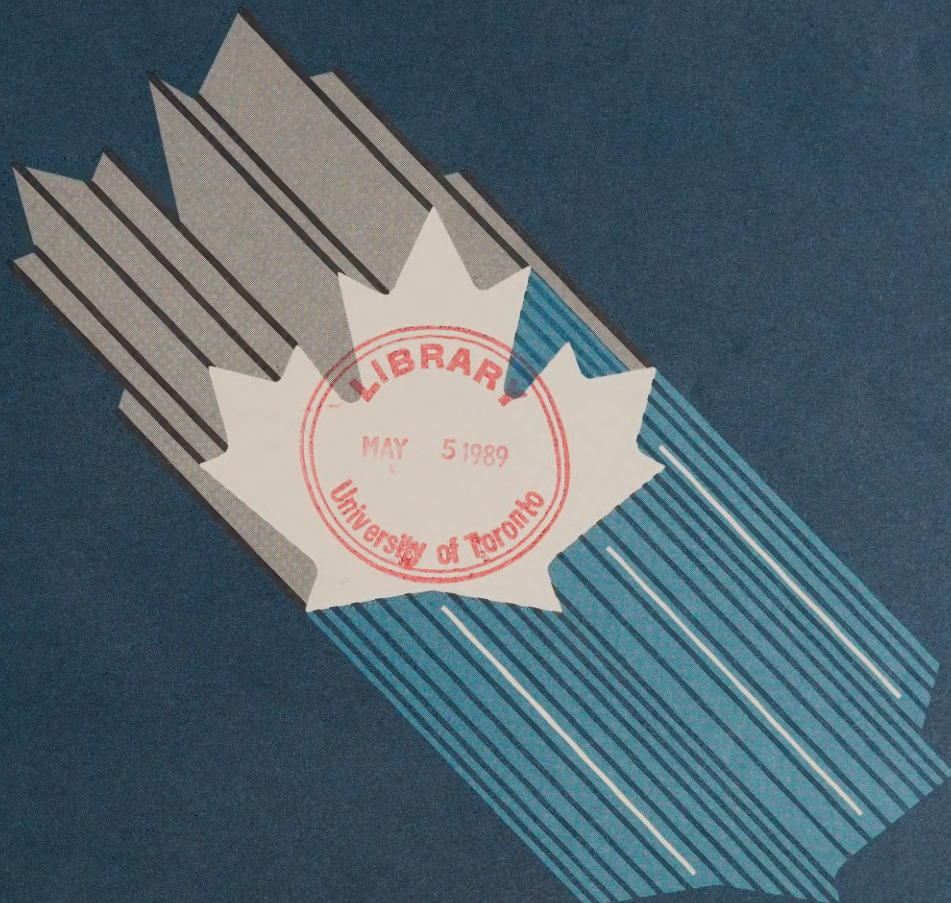


CAI
IST 1
- 1988
FSL

I N D U S T R Y
P R O F I L E

3 1761 11764820 4



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

**Folding Cartons and
Set-Up Boxes**

Canada

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTRÉAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 495-4782

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

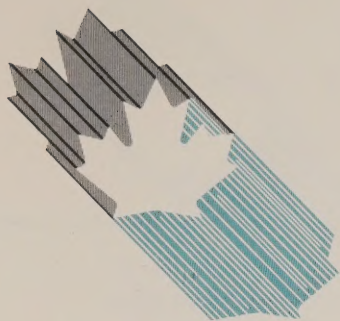
Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this
profile contact:*

*Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and
Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5*

Tel: (613) 995-5771



INDUSTRY PROFILE

FOLDING CARTONS AND SET-UP BOXES

1988

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.

Minister

Introduction

The folding carton is the product of a cutting and creasing operation on relatively lightweight boxboard. The carton usually is folded flat for shipment, then formed up, filled and closed by the user. Set-up boxes are also produced from boxboard but are shipped to the user in the form and shape in which they are to be used. A typical example of the folding carton is the cereal container; the old-fashioned shoebox typifies the set-up box.

Folding cartons are used primarily to package consumer products (i.e., non-durables) for sale, generally at the retail level. The cartons account for almost 14 percent of the total value of containers used in the manufacturing sector. The use of set-up boxes continues to decline and, in 1986, was estimated to account for barely one percent of total industry shipments. Consequently, for all practical purposes the set-up box is not a significant item in this profile.

Design, quality, graphics (i.e., printing) and other aesthetic features are important to users of folding cartons. The largest user is the food and beverage industry, with tobacco products a remote second, followed closely by chemicals. These three groups together account for about 75 percent of folding carton demand. The balance comes from a wide range of users, none of which accounts for more than one to two percent of the market.

There are a number of substitute products for folding cartons. These are primarily plastics such as laminates, styrofoams and films. The threat of substitution has pressured folding carton manufacturers into keeping prices low and this has adversely affected their profit margins.

1. Structure and Performance

Structure

In 1986, the industry comprised an estimated 106 establishments, which has remained relatively stable since 1973 when there were 105. The industry is concentrated in Ontario and Quebec, together accounting for about 90 percent of the industry's shipments. The balance is shared among several other provinces. In 1986, industry employment totalled approximately 5500 persons. Total shipments were valued at \$784 million, most of which (about \$750 million) were to the domestic market.

Three companies account for a major share of this market, which they service from 16 plants strategically located across Canada. The balance of the demand is served by the 90 remaining small and medium-sized plants. They often supply small local or specialty markets and are usually managed directly by the owner. For all practical purposes, the industry is 100 percent Canadian-owned.

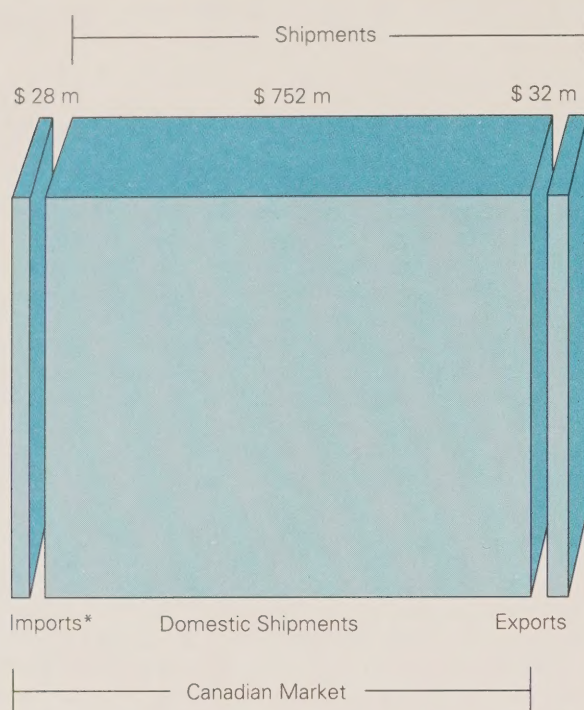
The industry's heavy reliance on the domestic market has developed under tariff protection which currently stands at 10.2 percent. Exports have never been significant as a percentage of shipments and continue to be low, valued at an estimated \$32 million in 1986. There are signs, however, that a few companies are probing for niches in the large U.S. market. It should be noted that, either for reasons of price or board properties, these cartons are invariably made from U.S. boxboard. When they are exported, there is a refund of the Canadian duty. Imports, in 1986, were estimated to be worth \$28 million, or about four percent of the apparent Canadian market.

Canada



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada



**Imports, Exports and Domestic Shipments
1986**

* ISTC estimate

Boxboard is the principal raw material used in the production of folding cartons and, in Canada, accounts for about 65 percent of direct manufacturing costs. Consequently, the purchase price of boxboard is a critical competitiveness factor for the carton producer. For the U.S. carton maker, boxboard costs average about 55 percent of direct manufacturing costs.

Traditionally, Canadian boxboard producers and the carton makers have been highly dependent on each other. In recent years, this dependence has become increasingly more formal with the establishment of corporate links through integration of mill and carton operations. Some 65 percent of domestic folding carton capacity is integrated backwards to mill production of boxboard. A large share of this integration occurs within one corporate group.

Performance

Folding cartons, mainly for consumer packaging of non-durables, are now in the mature stage of the product life cycle. Real growth in demand has averaged less than one percent per year between 1973 and 1986 and employment levels have been relatively stable since 1982. Early in the 1973-86 period, the industry invested in new equipment which improved its productivity, but also increased its production capacity substantially. As a result, the industry suffers from chronic overcapacity, particularly in the central regions of Ontario and Quebec. Overcapacity, low real growth and the threat of product substitution have combined to produce a highly competitive environment within which price increases have often failed to recover rising costs. Profit margins have been squeezed, reducing the ability of the industry to finance modernization. On average, the industry's pre-tax earnings are estimated at between two and three percent of net sales, compared to five to six percent for Canadian manufacturing as a whole.

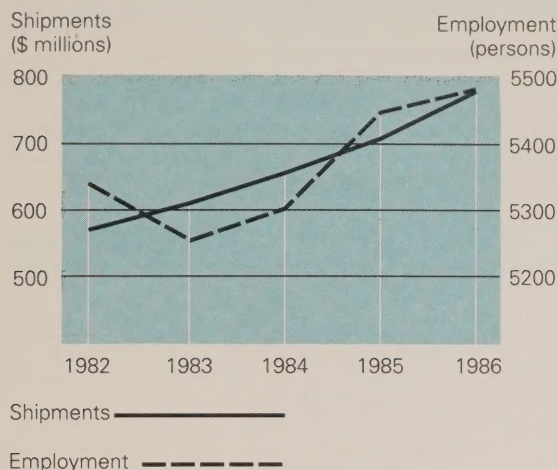
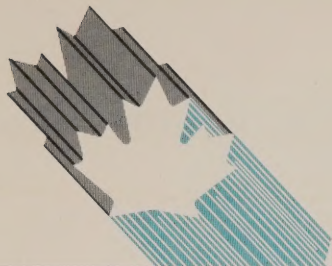
2. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The size of the Canadian folding carton market is relatively modest; the number of production plants is relatively large. Almost without exception, none is specialized. Based on the current industry structure, Canadian producers have no opportunities to achieve efficiencies of scale and specialization. In the continuing scramble for available business, producers must meet a wide range of customer demands. On the other hand, this experience and ability in short-run operations can be useful in tapping American market niches.

The United States is the only meaningful export market for Canadian carton producers, while U.S.-based producers are the principal potential competitors in the Canadian market. The design capability of the Canadian industry is fully competitive by world standards, but labour and raw material costs are higher than those in the United States. Canadian producers thus find themselves at a disadvantage against U.S. carton makers — especially in Ontario and Quebec.

Boxboard, adhesives and inks are the basic raw materials for the industry, with foils and films also used as laminates for special-purpose containers. Boxboard costs account for almost 50 percent of the net sales dollar, with adhesives and inks together taking an additional four to five percent.



Total Shipments and Employment

The U.S. competitive advantage lies mainly in the cost of boxboard. American labour wages are lower and less labour is used in the production process. Currently, the Canadian producer relies on the Canadian tariff and the relative weakness of the Canadian dollar against the U.S. currency to be competitive against U.S.-based producers on a landed-cost basis. This apparent advantage is offset by American firms' tactics in the transfer pricing of boxboard within the vertically integrated U.S. mills and converters. In summary, the U.S. carton producers are more competitive, on average, than those in Canada and, on a landed-cost basis, the advantage to the U.S. producer in his home market approximates eight to 10 percent of the sales price.

Trade-related Factors

The folding carton industry developed behind a substantial tariff wall and is heavily oriented to the domestic market. Imports and exports are modest, each estimated at less than four percent of the domestic market and total shipments.

The Canadian tariff on folding cartons and boxes is 10.2 percent and that of the United States is 2.8 percent. Boxboard has duty-free entry into the United States and a 6.5 or 9.2 percent tariff into Canada, depending upon the grade. Non-tariff barriers (NTBs) are virtually non-existent.

The Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) will remove Canadian tariffs on folding cartons and the principal raw material, boxboard, in five equal steps, commencing on January 1, 1989. The U.S. tariff on cartons will be removed in the same manner.

Technological Factors

Japan, Europe and, to a lesser extent, the United States supply production equipment to folding carton producers throughout the world. There is no indigenous equipment industry in Canada. The level of basic technology is comparable in the major carton-producing countries. Canadian capability in functional design and graphics is second to none.

Other Factors

In addition to the higher Canadian tariff, the currency exchange rate, in recent years, has been an important factor favouring Canadian carton producers against U.S. penetration of the domestic market. Nevertheless, U.S. producers can and do overcome that protection from time to time and penetrate the Canadian market by using pricing techniques that may not always reflect total costs.

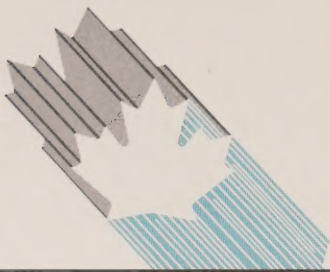
3. Evolving Environment

Over the long term, the average real growth of this industry is expected to be about one percent per year in Canada and about 1.5 percent in the United States.

Plastics, in particular, along with other materials, are increasingly expected to be competitive as substitution products for the folding carton in the Canadian manufacturing industry. These substitutes are expected to generate additional pressure on prices. In combination with the industry's chronic excess capacity (especially in Ontario and Quebec), this competition will likely constrain price increases in the period ahead. In turn, this situation is expected to continue to curb the rate of capital formation in the industry. Such modernization as the industry may be able to afford, therefore, is not likely to be effective in achieving a significant improvement in productivity. Rationalization of production facilities has been undertaken already and no substantial benefit is likely from this in the future.

Under the FTA, the removal of the relatively high (10.2 percent) Canadian tariff will significantly improve the competitive position of the U.S. carton producer in the Canadian market — particularly in Ontario and Quebec. By contrast, the removal of the modest U.S. tariff (2.8 percent) will do little or nothing for the Canadian producer seeking to sell to the United States.

As noted earlier, Canadian carton producers are barely competitive in the domestic market against U.S. cartons, especially in Ontario and Quebec. As a result, they have little or no freedom to defend their market position by price reduction. Neither can carton operations be subsidized for any extended period by the domestic boxboard mills. Their competitive position closely parallels that of the carton producers. Low margins severely limit their response to the import threat and their ability to preserve tonnage throughput.



Marginally competitive at best in their major domestic markets, both groups are particularly vulnerable to substantial loss of domestic market share if there is any pronounced move toward parity between the Canadian and U.S. currencies.

4. Competitiveness Assessment

Canadian folding carton producers are generally not competitive in the U.S. market and are barely competitive in their domestic market against U.S. producers, by reason of higher material and labour costs. Under the FTA, the relatively long-run, integrated Canadian carton producers likely will lose domestic market share to U.S. imports. To preserve their position against the import threat, these domestic carton producers, regardless of established corporate links, will need to be free to obtain their boxboard requirements from lower-cost U.S. suppliers. Smaller, non-integrated, domestic carton producers, with their more specialized local markets, are not likely to suffer from import penetration. Most, however, will probably buy their boxboard increasingly from lower-cost U.S. mills as the Canadian tariffs on boxboard are removed. By contrast, the elimination of the low U.S. tariff will provide little competitive benefit for Canadian producers seeking U.S. market penetration.

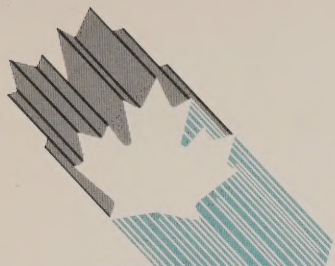
The net effect on Canadian boxboard mills will be a loss of domestic sales. It is an open question as to how long they could continue to operate at rates of capacity utilization even lower than the marginal levels of recent years.

A stronger Canadian dollar would weaken further the position of domestic producers in both the Canadian and the U.S. markets.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Resource Processing Industries Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Folding Cartons and Set-up Boxes
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-3080



PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: 2731 (1980)

	1973	1982	1983	1984	1985	1986
Establishments	105	114	107	104	104	106
Employment	6 264	5 330	5 260	5 300	5 450	5 490
Shipments (\$ millions)	231	578	603	664	704	784

TRADE STATISTICS

	1973	1982	1983	1984	1985	1986
Exports (\$ millions)	—	9	16	18	26	32
Domestic shipments (\$ millions)	230	569	587	646	678	752
Imports (\$ millions) ^e	9	21	24	26	27	28
Canadian market (\$ millions) ^e	239	590	611	672	705	780
Exports as % of shipments	—	2	3	3	4	4
Imports as % of domestic market	4	4	4	4	4	4
Source of imports ^e (% of total value)			U.S.	E.C.	Asia	Others
		1982	60	2	—	38
		1983	86	2	—	12
		1984	90	2	—	8
		1985	95	1	—	4
		1986 ^e	96	2	—	2
Destination of exports ^e (% of total value)			U.S.	E.C.	Asia	Others
		1982	98	2	—	0
		1983	98	2	—	0
		1984	95	4	—	1
		1985	93	5	—	2
		1986 ^e	95	3	—	2

(continued)

**REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years**

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	B.C.
Establishments – % of total	5	29	55	7	4
Employment – % of total	2 ^e	31	61	3 ^e	3 ^e
Shipments – % of total	2 ^e	29	62	3 ^e	4 ^e

MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants
Lawson Mardon Group Ltd.	Canadian	British Columbia, Ontario, Quebec
Reid Dominion Packaging Ltd.	Canadian	Ontario
Somerville Packaging	Canadian	British Columbia, Alberta, Manitoba, Ontario, Quebec, Newfoundland

e ISTC estimate

Note: Statistics Canada data have been used in the preparation of this profile.

RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

	C.-B.	Prairies	Ontario	Québec	Atlantique
Etablissements (en %)	4	7	55	29	5
Emplois (en %)	3e	3e	61	31	2e
Expéditions (en %)	4e	3e	62	29	2e

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Lawson Mardon Group Ltd.	canadienne	Colombie-Britannique, Ontario et Québec
Reid Dominion Packaging Ltd.	canadienne	Ontario
Somerville Packaging	canadienne	Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba, Ontario, Québec et Terre-Neuve

e Estimations d'ISTC.

* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.

Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.

PRINCIPALES STATISTIQUES

CTI 2731 (1980)

1973	1982	1983	1984	1985	1986
105	114	107	104	104	106
6 264	5 330	5 260	5 300	5 450	5 490
231	578	603	664	704	784

STATISTIQUES COMMERCIALES

1973	1982	1983	1984	1985	1986
—	9	16	18	26	32
230	569	587	646	678	752
9	21	24	26	27	28
239	590	611	672	705	780
—	2	3	3	4	4
Imports (en % du marché intérieur)	4	4	4	4	4

1982	60	2	—	38
1983	86	2	—	12
1984	90	2	—	8
1985	95	1	—	4
1986 ^e	96	2	—	2

1982	98	2	—	—
1983	98	2	—	—
1984	95	4	—	1
1985	93	5	—	2
1986 ^e	95	3	—	2

4. Évaluation de la compétitivité

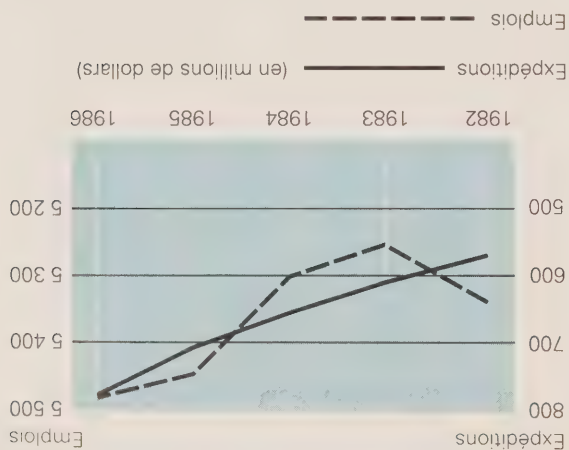
En raison des coûts des matières premières et de la main-d'œuvre, coûts plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, les fabricants canadiens de boîtes pliantes ne sont pas compétitifs sur le marché américain et le sont fort peu sur leur propre marché face à leurs concurrents américains. En vertu de l'Accord, les fabricants canadiens de boîtes pliantes, dont l'exploitation est intégrée et qui produisent d'importants lots de fabrication, pourraient perdre leur part du marché intérieur au profit des importations américaines. Pour protéger leur position, les fabricants canadiens de boîtes pliantes devront, sans tenir compte de leur intégration actuelle, être libérés de s'approvisionner en cartons pour boîtes chez les fournisseurs américains dont les prix sont moins élevés. Par contre, l'élimination des faibles droits de douane américains n'offrirait qu'un faible avantage aux fabricants canadiens qui tentent de percer sur le marché américain. Les entreprises canadiennes de boîtes pliantes non intégrées, de modeste calibre, qui répondent aux besoins de marchés locaux spécialisés ne devraient pas souffrir de cette pénétration des importations, mais la plupart devront s'approvisionner de plus en plus chez des fournisseurs américains — dont les prix sont plus avantageux — au fur et à mesure de l'élimination des tarifs canadiens sur le carton pour boîtes. Pour les usines canadiennes de carton pour boîtes, l'Accord se traduira par un recul de leurs ventes intérieures. Nul ne peut prédire pendant combien de temps ces usines pourront rester en activité, même si leur taux d'utilisation de la capacité est inférieur à celui des dernières années. Une appréciation du dollar canadien pourrait affaiblir davantage la position des fabricants canadiens sur les marchés du Canada et des États-Unis.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Transformation des richesses naturelles
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Boîtes pliantes et boîtes rigides
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3080

3. Évolution de l'environnement

A long terme, le taux moyen de croissance annuel réel de cette industrie devrait s'établir à environ 1 p. 100 au Canada et à quelque 1,5 p. 100 aux États-Unis. Les produits de remplacement, en particulier les matières plastiques, menaçant de plus en plus l'industrie des boîtes pliantes dans les secteurs manufacturiers canadiens, il pourrait en résulter une nouvelle baisse des prix. Cette concurrence, conjuguée à la surcapacité de production chronique de cette industrie — en particulier en Ontario et au Québec —, devrait limiter les augmentations de prix dans un proche avenir. En retour, cette situation devrait ralentir la formation de capital de sorte que toute modernisation éventuelle de cette industrie ne se traduise pas par une amélioration marquée de la productivité. La rationalisation des installations de production a déjà commencé, mais elle ne devrait pas procurer d'avantages appréciables. En vertu de l'Accord de libre-échange, l'élimination des tarifs canadiens qui sont relativement élevés — 10,2 p. 100 — améliorera considérablement la compétitivité des fabricants américains de boîtes pliantes sur le marché canadien, surtout en Ontario et au Québec. Par contre, l'élimination des tarifs douaniers américains très peu élevés — 2,8 p. 100 — n'aidera guère les fabricants canadiens qui cherchent à percer sur le marché américain. Comme les fabricants canadiens de boîtes pliantes soutiennent difficilement la concurrence des fabricants américains sur le marché intérieur, surtout en Ontario et au Québec, ils ne peuvent donc avoir recours à la réduction des prix pour défendre leur part du marché. Il n'est pas question non plus que les usines canadiennes de fabrication du carton pour boîtes puissent les subventionner, car la compétitivité de ces usines est comparable à celle des fabricants de boîtes : les faibles marges bénéficiaires limitent leur possibilité de concurrencer les importations et de conserver leur part de marché. Très peu concurrentiels sur le marché intérieur, ces 2 groupes d'entreprises risqueraient d'en perdre une part importante s'il y avait parité entre les dollars canadien et américain.



Facteurs technologiques

En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les tarifs seront éliminés sur les boîtes pliantes et sur le carton (principale matière première entrant dans leur fabrication) en 5 étapes égales et ce, depuis le 1^{er} janvier 1989. De la même façon, les États-Unis élimineront les tarifs imposés sur les boîtes pliantes.

Le Japon, l'Europe de l'Ouest et, dans une moindre mesure, les États-Unis fournissent le matériel de production aux fabricants de boîtes pliantes du monde entier; le Canada n'est pas en mesure de répondre à cette demande. Toutefois, la technologie de base que l'on retrouve chez la plupart des principaux pays producteurs de boîtes est à peu près la même. La compétence des fabricants canadiens au chapitre de la conception des modèles et du graphisme est de tout premier ordre.

Autres facteurs

Depuis quelques années, outre les droits de douane canadiens plus élevés, le taux de change a efficacement protégé les fabricants canadiens contre la pénétration de leur marché intérieur par les fabricants américains. Cependant, ceux-ci réussissent parfois à contourner ces mesures protectionnistes et à s'implanter sur le marché canadien grâce à l'établissement de prix qui ne tiennent pas nécessairement compte de tous les facteurs du prix de revient.

L'industrie canadienne des boîtes pliantes s'est développée grâce à l'imposition de tarifs élevés et s'est surtout orientée vers le marché intérieur. Les importations sont évaluées à moins de 4 p. 100 du marché intérieur; les exportations, à moins de 4 p. 100 de toutes les expéditions. Les tarifs imposés par le Canada sur les boîtes pliantes et sur les boîtes rigides sont de 10,2 p. 100 et ceux des États-Unis, de 2,8 p. 100. Le carton pour boîtes entre en franchise aux États-Unis, par contre le Canada impose des tarifs de 6,5 ou de 9,2 p. 100, selon la qualité du carton. Les barrières non douanières sont pratiquement inexistantes.

Facteurs liés au commerce

Les États-Unis sont le seul marché d'exportation intéressant pour les fabricants canadiens, alors que les fabricants américains sont leurs principaux concurrents sur le marché canadien. La compétence de l'industrie canadienne au chapitre de la conception des modèles est tout à fait concurrentielle sur le plan mondial. Cependant, les coûts de la main-d'œuvre et des matières premières sont plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, ce qui désavantage les fabricants canadiens, surtout en Ontario et au Québec. Le carton pour boîtes, les adhésifs et les encres d'imprimerie sont les principales matières premières de cette industrie; il y a aussi le papier métallisé et les pellicules utilisées comme doublure pour les contenants spéciaux. Le coût du carton représente près de 50 p. 100 du chiffre d'affaires net, les adhésifs et l'encre comptant pour 4 à 5 p. 100. Au chapitre de la compétitivité, le principal avantage des fabricants américains résulte surtout du prix du carton pour boîtes; les coûts de main-d'œuvre sont aussi moins élevés et la production exige moins de personnel. Actuellement, les producteurs canadiens comptent sur les tarifs canadiens et la faiblesse du dollar canadien par rapport à la devise américaine pour soutenir la concurrence des producteurs américains pour leurs produits vendus au Canada. Les producteurs américains compensent cet avantage apparent grâce aux prix de cession qu'ils demandent dans le cadre de l'intégration verticale des usines de carton et de boîtes. En résumé, les fabricants américains de boîtes pliantes sont plus compétitifs sur leur propre marché que leurs concurrents canadiens; cet avantage représente environ de 8 à 10 p. 100 du prix de vente.

Depuis toujours, les activités des fabricants canadiens de boîtes pliantes dépendent de celles des producteurs de carton. Récemment, ce lien a été renforcé par l'intégration de certaines usines de carton à des installations de fabrication de boîtes. Environ 65 p. 100 de la capacité de production intérieure de boîtes pliantes sont intégrés en amont à des usines de fabrication de carton. Une grande partie de cette intégration se fait surtout au sein d'un même groupe d'entreprises.

Rendement

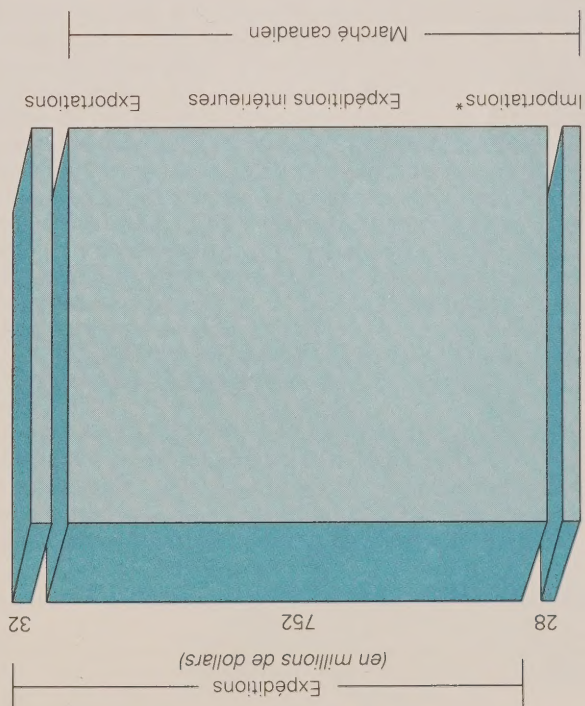
La demande de boîtes pliantes, destinées en particulier à emballer des biens de consommation

périssables, est parvenue à maturité. De 1973 à 1986, le taux moyen de croissance annuel réel de la demande a été inférieur à 1 p. 100; de plus, le nombre d'emplois est relativement stable depuis 1982. De plus, cette industrie investissait dans du nouveau matériel pour améliorer sa productivité, tout en augmentant considérablement sa capacité de production. Il en est résulté une surcapacité chronique, surtout dans les régions centrales de l'Ontario et du Québec. La surcapacité, conjuguée à la faiblesse de la croissance réelle et à la menace créée par les produits de remplacement, est à l'origine d'une extrême compétitivité, aussi la hausse des prix arrive rarement à compenser l'augmentation des prix de revient. Les marges bénéficiaires ont chuté, réduisant la capacité de ce secteur à financer sa modernisation. Cette industrie réaliserait en moyenne des bénéfices avant impôts de 2 à 3 p. 100 de son chiffre d'affaires net, contre de 5 à 6 p. 100 pour l'ensemble du secteur de la fabrication au Canada.

2. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Malgré le grand nombre d'usines dont très peu sont spécialisées, le marché canadien des boîtes pliantes est d'envergure relativement modeste; aussi les producteurs canadiens n'ont-ils pas la possibilité de réaliser des économies d'échelle et de tirer parti de la spécialisation. La recherche constante de nouveaux débouchés les force à répondre aux exigences multiples des clients. Par contre, l'expérience ainsi acquise et leur aptitude à produire une grande variété de petits lots de fabrication peuvent leur être utiles pour occuper des créneaux du marché américain.



1986 - Importations, exportations et expéditions intérieures.

* Estimations d'ISTC.

La grande dépendance de ce secteur à l'égard du marché intérieur résulte d'une protection tarifaire qui correspond actuellement à des droits de 10,2 p. 100. En 1986, les exportations étaient estimées à 32 millions de dollars; n'ayant jamais représenté un pourcentage important des expéditions, elles restent négligeables. Quant aux importations, elles étaient évaluées à 28 millions, soit environ 4 p. 100 du marché canadien. Cependant, il semble que quelques fabricants canadiens de boîtes sondent le vaste marché américain pour y trouver des débouchés. Fait à remarquer, que ce soit pour des raisons de prix ou de propriété, ces boîtes exportées aux États-Unis sont toujours fabriquées à partir de cartons américains. Lorsqu'elles sont exportées, il y a remboursement des droits de douane perçus par le Canada.

Le carton pour boîtes est la principale matière première utilisée dans la fabrication de boîtes pliantes et représente, au Canada, environ 65 p. 100 des coûts directs de production. Le prix d'achat du carton est donc un facteur clé de la compétitivité des fabricants de boîtes. Aux États-Unis, le carton représente en moyenne près de 55 p. 100 des coûts directs.



PROFIL DE L'INDUSTRIE BOÎTES PLIANTES ET BOÎTES RIGIDES

1988

Introduction

Les boîtes pliantes résultent du découpage et du plissage de cartons légers pour boîtes. Habituellement, elles sont expédiées à plat pour être assemblées, remplies et fermées par l'utilisateur. Les boîtes rigides, qui sont aussi faites de carton, sont expédiées sous leur forme finale. L'exemple type d'une boîte pliante est la boîte de céréales; pour les boîtes rigides, c'est la boîte à chaussures.

Les boîtes pliantes sont surtout utilisées pour les produits de consommation — c'est-à-dire les produits périssables — vendus au détail. Ces boîtes représentent près de 14 p. 100 de la valeur totale des emballages utilisés dans le secteur de la fabrication. L'utilisation des boîtes rigides est en constante régression; en 1986, ce secteur ne se serait servi de ce genre d'emballage que pour à peine 1 p. 100 du total des expéditions de boîtes. De ce fait, les boîtes rigides ne constituent pas un élément important de ce profil. Pour l'utilisateur de boîtes pliantes, la conception du modèle, la qualité, le graphique (impression) et d'autres facteurs esthétiques sont de la plus grande importance. L'industrie de l'alimentation et des boissons gazeuses vient en tête des utilisateurs de ces boîtes, suivie de loin par l'industrie du tabac et par celle des produits chimiques. Ces 3 groupes comptent pour environ 75 p. 100 de la demande, le reste étant réparti entre une multitude d'utilisateurs dont aucun n'accapare plus de 1 à 2 p. 100 de ce marché.

Il existe plusieurs produits de remplacement des boîtes pliantes, notamment les matières plastiques comme les pellicules pour emballage, les laminés et les polystyrènes. La menace créée par les produits de remplacement a obligé les fabricants de boîtes pliantes à offrir leurs produits à bas prix, diminuant ainsi leurs marges bénéficiaires.

1. Structure et rendement

Structure

En 1986, cette industrie, relativement stable, employait environ 550 personnes et regroupait quelque 106 entreprises, contre 105 en 1973. Ces entreprises, surtout installées en Ontario et au Québec, effectuent près de 90 p. 100 des expéditions de ce secteur, le reste provenant d'entreprises réparties dans plusieurs autres provinces. Les expéditions étaient évaluées à 784 millions de dollars, dont environ 750 millions étaient destinés au marché intérieur.

La plus grande part du marché des boîtes pliantes est détenue par 3 entreprises exploitant 16 usines bien situées au Canada pour mieux répondre aux besoins des marchés régionaux. Les 90 autres usines, de petite à moyenne envergure, satisfont au reste de la demande. Ces usines fournissent souvent de petits marchés locaux ou des marchés spécialisés, et en général elles sont dirigées par leur propriétaire. Toutes les entreprises de ce secteur sont de propriété canadienne.

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présente dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

Robert LaPalme

Ministre

Canada

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Ile-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Ile-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

PU 3092

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4^e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21^e Rue est
6^e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105^e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 495-4782

Colombie-Britannique

Scotia Tower
9^e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires
de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises
Direction générale des
communications
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

Boîtes pliantes et boîtes rigides

Industrie, Sciences et
Technologie Canada
Industry, Science and
Technology Canada



P R O F I L
D E L'INDUSTRIE

